

Il respiro spirituale dell'etica

Luca Carra

Siamo un'azienda che conduce un'ostinata battaglia avendo deciso di mantenere una struttura verticale che parte dalla ricerca dei migliori filati fino alla consegna dei prodotti, unico esempio di questo genere presente in Europa. Si tratta di una scelta di orgoglio della qualità, di coraggio innovativo e serietà di progetto, nata dalla sensibilità verso le istanze reali di un crescente bisogno di salubrità delle fibre tessili. Una identità aziendale fondata su una gerarchia di valori che privilegia la salute come principio ispiratore, una eccellenza fatta in primis di rigore verso se stessi e poi di rispetto dei bisogni autentici di un nuovo consumatore sempre più accerchiato da un'offerta di mercato sempre più ampia, ma non sempre focalizzata sugli aspetti della qualità e della salubrità dei prodotti.

La qualità si fonda sul coraggio di andare controcorrente, a maggior ragione in un momento critico come quello che stiamo attraversando. Siamo l'unica azienda del nostro settore ad avere conseguito una rigorosa certificazione dei massimi livelli rilasciata da un ente leader mondiale. Come accertato dalle organizzazioni internazionali della sanità, ci sono produttori, in particolare nel Far East, che violano gli standard di igiene e di controllo di tossicità dei prodotti. È diffusa la pratica di impiegare coloranti di cui è dimostrata l'elevata tossicità o addirittura cancerogeni in contrasto con le normative europee.

Serve quindi una maggiore progettualità se si vogliono trovare delle soluzioni efficaci per invertire il processo di declino del nostro Paese. Abbiamo cominciato questa politica della qualità ben prima del manifestarsi della crisi, rispettando con sempre maggiore entusiasmo questa filosofia, malgrado la recessione e il calo generalizzato degli investimenti.

Il Paese deve ripensare il futuro in chiave di opportunità e non di sola minaccia. Mantenere questo approccio altamente selettivo richiede una piena convinzione e una visione che va oltre l'obiettivo di mera sopravvivenza che sta contagiando una gran parte delle imprese della penisola. Il sistema produttivo non deve rinunciare alla propria identità focalizzata su una particolare attenzione alla qualità, a rischio di smarrirsi in una indistinzione che non può che essere alla fine fatale in un sistema globale che dall'Italia si attende eccellenza, notorietà di marchio e prestazioni di assoluto livello. L'impresa è un nesso organico di saperi e competenze, che deve competere in un ambiente sempre più aggressivo e, solo se si dimostra in grado di affermare una cultura, una tangibile differenza etica, può garantirsi una affermazione attraverso l'identità, che va al di là della pura anonima adattabilità. Sia dal punto di vista economico sia dal punto di vista del personale e del sistema organizzativo è necessario uno sforzo significativo di sempre maggiore riqualificazione dei processi.

La certificazione comprende un significativo sistema di controlli sull'intera filiera produttiva e distributiva con una verifica puntuale e permanente. Accettare di essere volontariamente sottoposti al rigore di un invasivo controllo di certificazione rappresenta un cambiamento di mentalità per la piccola industria italiana, che compie una svolta con un significativo passo avanti etico nei confronti del consumatore. Una volontà unilaterale di accettare di essere sottoposti ai raggi X di un ente certificatore, significa un'apertura etica e volontaria alla trasparenza dell'azienda verso il giudizio del mercato. Sensibilità verso il valore irrinunciabile della salute del consumatore, ma anche attenzione e rispetto per il contesto ambientale in senso allargato, ripensando l'intero ecosistema-azienda in modo da creare esternalità positive.

Conservare la focalizzazione sulle istanze della sostenibilità ambientale in un momento in cui il tessile italiano attraversa una crisi strutturale, che si innesta su una più ampia recessione finanziaria globale, rappresenta a nostro avviso non solo una testimonianza di etica dell'intenzione, ma anche un esempio di razionalità e fede nel futuro, che la missione imprenditoriale dovrebbe sempre contenere nel proprio dna culturale e motivazionale. Pur attraversati da grandi turbolenze e da pressioni all'adozione di modelli di esternalizzazione, noi abbiamo fatto una scelta solitaria di andare controcorrente. All'imprenditore spetta il compito di prendere decisioni critiche cercando di trasformare l'incertezza in opportunità. Siamo rimasti unici nel produrre direttamente in un sistema che ormai si avvale di produttori terzi, per riuscire a mantenere margini di competitività sui prezzi. Non nascondiamo che la nostra scelta comporta costi produttivi più elevati, ma abbiamo scelto l'opzione dell'investimento in ricerca tecnologica sperimentando materiali high-tech basati sulle nanotecnologie in grado di abilitare un salto generazionale per i prodotti. Una rivoluzione dei materiali e dei filati che assumono caratteristiche inedite e igienizzanti. Questa filosofia dell'innovazione in settori tradizionali, dove i *brand* del nostro Paese detengono una storica presenza, rappresenta la sfida da raccogliere per selezionare con intelligenza segmentazioni ed eccellenze in grado di invertire il declino nazionale. La nostra azienda è guidata da una *governance* saldamente incentrata sulla proprietà familiare, che ha deciso di mantenere un'attenzione non esclusiva verso le ragioni del profitto, ma di salvaguardare un dialogo ininterrotto con il contesto sociale di riferimento scegliendo di non rinunciare a una forte attenzione umanistica nei confronti dei valori assoluti della persona e verso il delicato mondo dell'infanzia. La certificazione «oeko.tex» rappresenta il risultato di un'ostinata volontà della proprietà di sviluppare tecnologie amiche della salute testate sui massimi livelli di compatibilità con il mondo dei bambini. Assenza di tossicità e massima attenzione nell'evitare fenomeni allergici così presenti in questi ultimi anni tra i più giovani.

Il problema non si limita alla fase di produzione, ma si estende a quello di conservazione del prodotto e oltre: perfino il trasporto del prodotto su navi può determinare problemi all'integrità sanitaria del prodotto stesso. In prospettiva questa è la direzione da prendere per il nostro Paese: puntare sulla qualità e sull'etica della produzione.

Perfino il mondo dei giocattoli, il mondo delle confezioni per neonati e per l'infanzia stanno subendo il rischio della salute che deriva da un mercato sempre più aggressivo e incurante della tutela della persona. Sequestri da parte delle autorità di controllo sanitario sono sempre più frequenti, la rilevanza data dai media a questi problemi serve non a terrorizzare, ma piuttosto a far maturare un equilibrato atteggiamento di consapevolezza e maturazione da parte del consumatore.

Il mercato globalizzato purtroppo rende le normative di settore troppo spesso inefficaci, per questo è fondamentale lo sforzo autonomo, volontario ed etico, la promessa di credibilità di fronte al consumatore piuttosto che la conformità a un contesto eteronomo di norme diverse tra nazione e nazione. Così l'ecologia del settore tessile viene interpretata più che dal punto di vista delle normative, da quello dell'evoluzione e della ricerca tecnologica. Il livello normativo, infatti, non è così stringente e rischia di essere disatteso nella prassi operativa, per questo il livello etico è quello veramente decisivo.

Si tratta di scegliere una leadership morale in grado di imprimere sull'intero processo produttivo una catena etica del valore. Il Paese necessita di compiere uno sforzo collettivo per riuscire a stabilire una scaletta di priorità, cercando di ricucire il dovere del profitto alle istanze di perfezionamento etico del nostro sistema sociale e produttivo. O il sistema-Italia fa uno sforzo collettivo per elevare il livello di credibilità, aprendosi a una progettualità esemplare verso un progresso che richiede una centralità per valori come salute e rispetto del consumatore come persona, oppure si va incontro a una decadenza del Paese che porta a pensare solo ai margini di profitto. Si deve sensibilizzare il consumatore verso uno sviluppo del mercato che alla fine premi l'innovazione verso un approccio etico dell'impresa e del valore. Il Paese deve fare uno sforzo di crescita culturale attuando sinergie tra imprese e istituzioni pubbliche: penso alle potenzialità del Coni nel nostro caso, ma si può interagire in tal senso anche attraverso un'azione comunicativa che consenta di far comprendere e valorizzare chi lavora per una crescita della salute e della sostenibilità ecologica. Il mondo sportivo è stato fortemente intaccato nel suo rapporto con la salute con tutti gli scandali connessi al doping negli ultimi anni. Si tratta di ricostruire una visione umanistica ed etica nella pratica dello sport come valore connesso alla salute, basti pensare all'attenzione che questo tipo di temi riesce ad avere nei paesi scandinavi e in genere del Nord Europa.

Da questo punto di vista, c'è una differenza tra lo sport autenticamente praticato e quello rappresentato mediaticamente, molto distante dalla realtà e che in generale perde un rapporto esemplare con stili di vita discutibili e modi di comunicazione aggressivi e poco coerenti con i valori di lealtà e *fair play* sportivo.

Serve una interpretazione più umana nel rapporto tra tecnica e performance corporea per un nuovo dialogo etico che rispetti il respiro naturale della pratica sportiva come espressione di libertà e salute, prima che fisica e corporea, morale e spirituale.

(Luca Carra, responsabile marketing di Erreà Sport)